

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной деятельности
_____ С.Т.Князев
« ___ » _____ 20... г.

ПРОГРАММА ПРАКТИК
42.04.05/33.02

Перечень сведений о рабочей программе практик	Учетные данные
Образовательная программа 1. Проектирование и сопровождение медиапроцессов	Код ОП 1. 42.04.05/33.02
Направление подготовки 1. Медиакоммуникации	Код направления и уровня подготовки 1. 42.04.05

Программа практик составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Волкоморов Владимир Александрович	кандидат филологических наук, без ученого звания	Доцент	медиакоммуникаций
2	Фаустов Алексей Владимирович	без ученой степени, без ученого звания	Проректор по информационной политике	Ректорат

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРАКТИК

1.1. Аннотация программы практик

Научно-исследовательская работа проводится в течение всего периода обучения магистрантов и выполняется магистрантом под руководством научного руководителя. Направление научно-исследовательских работ определяется в соответствии с темой магистерской диссертации. Целями преддипломной практики являются закрепление теоретических знаний и практических навыков в сфере профессиональной деятельности, связанных с темой будущей магистерской диссертации (ВКР). Кроме того, в процессе преддипломной практики, как и на предшествующих практиках, студент приобщается к социальной среде и приобретает социально-личностные компетенции, необходимые для работы в профессиональной среде. Целью профессионально-ознакомительной практики является приобретение обучающимися навыков осуществления деятельности в конкретных средах с совокупностью технологических средств и приемов коммуникаций, разработка проектов и их экспертиза: исследование различных (новых, альтернативных, социальных) медиа и их места в сфере медиа. В ходе прохождения профессионально-творческой практики формируются практические навыки организации профессиональной деятельности; студенты принимают участие в медиапроектах различной направленности, формируются навыки создания медиапроектов, навыки командной работы в творческом коллективе под руководством опытных специалистов-практиков.

1.2. Структура практик, их сроки и продолжительность

Таблица 1.

№ п/п	Виды и типы практик	Объем практик	
		в неделях	в з.е.
1.	Производственная практика		
1.1	Производственная практика, научно-исследовательская работа	8	12
1.2	Производственная практика, преддипломная	4	6
1.3	Производственная практика, профессионально-ознакомительная	4	6
1.4	Производственная практика, профессионально-творческая	10	15
	Итого:	26	39

1.3. Базы практик, форма проведения практик

Таблица 2.

42.04.05/33.02 Проектирование и сопровождение медиапроцессов

№ п/п	Виды и типы практик	Форма проведения практики	Базы практики
1.	Производственная практика		

1.1	Производственная практика, научно-исследовательская работа	Путем чередования, дискретно	Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) деятельность по профилю образовательной программы. Практика проводится в структурных подразделениях университета.
1.2	Производственная практика, преддипломная	Путем чередования, дискретно	Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) деятельность по профилю образовательной программы. Практика проводится в структурных подразделениях университета.
1.3	Производственная практика, профессионально- ознакомительная	Путем чередования, дискретно	Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) деятельность по профилю образовательной программы. Практика проводится в структурных подразделениях университета.
1.4	Производственная практика, профессионально-творческая	Путем чередования, дискретно	Практика проводится на основе договора(ов) в организации(ях), осуществляющей(щих) деятельность по профилю образовательной программы. Практика проводится в структурных подразделениях университета.

1.4. Процедура организации практик

Порядок планирования, организации и проведения практик, структура и форма документов по организации практик и их аттестации регулируется отдельным положением.

1.5. Перечень планируемых к формированию в процессе прохождения практик результатов освоения образовательной программы – компетенций

В результате освоения программ практик у обучающихся будут сформированы следующие компетенции:

Таблица 3.

42.04.05/33.02 Проектирование и сопровождение медиапроцессов

№ п/п	Виды и типы практик	Компетенции
1.	Производственная практика	
1.1	Производственная практика, научно-исследовательская работа	ОПК-1 Способен применять фундаментальные знания (на продвинутом уровне) при решении теоретических, практических или исследовательских задач ОПК-2 Способен объяснять, прогнозировать явления и процессы, выявлять значимые проблемы и выработать пути их решения на основе анализа и оценки профессиональной информации, научных теорий и концепций ОПК-3 Способен планировать и проводить фундаментальные или прикладные исследования, в том числе в междисциплинарных областях, самостоятельно формулировать научные гипотезы, проверять их достоверность и представлять результаты исследований в виде аналитических отчетов, научных статей, докладов и тезисов на конференциях, научных симпозиумах, семинарах, круглых столах ОПК-4 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в профессиональной сфере и смежных областях ПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем ПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в

		<p>создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <p>ПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>ПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p> <p>ПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p> <p>ПК-13 Способен разрабатывать научный инструментарий исследования (выборка, вопросники, гайды)</p>
1.2	Производственная практика, преддипломная	<p>ОПК-1 Способен применять фундаментальные знания (на продвинутом уровне) при решении теоретических, практических или исследовательских задач</p> <p>ОПК-2 Способен объяснять, прогнозировать явления и процессы, выявлять значимые проблемы и выработать пути их решения на основе анализа и оценки профессиональной информации, научных теорий и концепций</p> <p>ОПК-4 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в профессиональной сфере и смежных областях</p> <p>ОПК-5 Способен к разработке, внедрению, контролю, оценке и корректировке методов и приемов осуществления профессиональной деятельности</p> <p>ПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <p>ПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p> <p>ПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и</p>

		<p>экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p> <p>ПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p> <p>ПК-8 Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты</p> <p>ПК-9 Способен использовать профессионально методы, формы и жанры для создания и обработки текстов для их публичного распространения на различных медианосителях и при помощи разных каналов.</p> <p>ПК-10 Способен проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов</p> <p>ПК-11 Способен организовать и координировать работу, распоряжаться, принимать сложные управленческие решения в быстро меняющейся среде, контролировать деятельность подчиненных, осуществлять план-фактный контроль, анализировать отклонения</p> <p>ПК-12 Способен создавать продюсерский план производства проекта.</p> <p>ПК-13 Способен разрабатывать научный инструментарий исследования (выборка, вопросники, гайды)</p> <p>ПК-14 Способен разрабатывать маркетинговые стратегии, управлять вопросами создания, ценообразования, дистрибуции и продвижения медиапродуктов</p>
1.3	Производственная практика, профессионально-ознакомительная	<p>ОПК-4 Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в профессиональной сфере и смежных областях</p> <p>ОПК-5 Способен к разработке, внедрению, контролю, оценке и корректировке методов и приемов осуществления профессиональной деятельности</p> <p>ПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм</p>

		<p>русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p> <p>ПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <p>ПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>ПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные</p> <p>ПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ПК-13 Способен разрабатывать научный инструментарий исследования (выборка, вопросники, гайды)</p>
1.4	Производственная практика, профессионально-творческая	<p>ОПК-2 Способен объяснять, прогнозировать явления и процессы, выявлять значимые проблемы и выработать пути их решения на основе анализа и оценки профессиональной информации, научных теорий и концепций</p> <p>ОПК-5 Способен к разработке, внедрению, контролю, оценке и корректировке методов и приемов осуществления профессиональной деятельности</p> <p>ПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> <p>ПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>ПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные</p> <p>ПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические</p>

		<p>средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p> <p>ПК-8 Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты</p> <p>ПК-9 Способен использовать профессионально методы, формы и жанры для создания и обработки текстов для их публичного распространения на различных медианосителях и при помощи разных каналов.</p> <p>ПК-10 Способен проектировать организационные структуры медиакомпаний и применять их для создания медиакомпаний, отделов, структур и отдельных проектов</p> <p>ПК-11 Способен организовать и координировать работу, распоряжаться, принимать сложные управленческие решения в быстро меняющейся среде, контролировать деятельность подчиненных, осуществлять план-фактный контроль, анализировать отклонения</p> <p>ПК-12 Способен создавать продюсерский план производства проекта.</p> <p>ПК-14 Способен разрабатывать маркетинговые стратегии, управлять вопросами создания, ценообразования, дистрибуции и продвижения медиапродуктов</p>
--	--	--

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИК

Таблица 4.

42.04.05/33.02 Проектирование и сопровождение медиапроцессов

№ п/п	Виды и типы практик	Перечень видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, выполняемых в период прохождения практик
1.	Производственная практика	
1.1	Производственная практика, научно-исследовательская работа	Научно-исследовательский: планирование и проведение научных исследований в области медиакоммуникаций

		<p>Редакторский: осуществление редакторской деятельности любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа</p>
1.2	<p>Производственная практика, преддипломная</p>	<p>Авторский: разработка медиапроектов и (или) медиапродуктов любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа</p> <p>Организационно-управленческий: организация и координация работы коллектива, принятие сложных управленческих решений в деятельности медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта</p> <p>Проектно-аналитический: разработка концепции и проектирование реализации медиапроектов и (или) медиапродуктов любого характера и уровня сложности</p> <p>Производственно-технологический: системное выстраивание процесса реализации медиапроекта и (или) медиапродукта с использованием современных мультимедийных средств</p> <p>Редакторский: осуществление редакторской деятельности любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа</p> <p>Рекламно-информационный: разработка рекламных и интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний с использованием интерактивных и мультимедийных средств</p>
1.3	<p>Производственная практика, профессионально-ознакомительная</p>	<p>Рекламно-информационный: разработка рекламных и интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний с использованием интерактивных и мультимедийных средств</p> <p>Производственно-технологический: системное выстраивание процесса реализации медиапроекта и (или) медиапродукта с использованием современных мультимедийных средств</p> <p>Проектно-аналитический: разработка концепции и проектирование реализации медиапроектов и (или) медиапродуктов любого характера и уровня сложности</p>

		Авторский: разработка медиапроектов и (или) медиапродуктов любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа
1.4	Производственная практика, профессионально-творческая	<p>Авторский: разработка медиапроектов и (или) медиапродуктов любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа</p> <p>Организационно-управленческий: организация и координация работы коллектива, принятие сложных управленческих решений в деятельности медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта</p> <p>Проектно-аналитический: разработка концепции и проектирование реализации медиапроектов и (или) медиапродуктов любого характера и уровня сложности</p> <p>Производственно-технологический: системное выстраивание процесса реализации медиапроекта и (или) медиапродукта с использованием современных мультимедийных средств</p> <p>Редакторский: осуществление редакторской деятельности любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа</p> <p>Рекламно-информационный: разработка рекламных и интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний с использованием интерактивных и мультимедийных средств</p>

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Электронные ресурсы (издания)

42.04.05/33.02 Проектирование и сопровождение медиапроцессов

Производственная практика

1. Третьякова, О. В.; Правовые основы журналистики : учебник.; Директ-Медиа, Москва, Берлин; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612950> (Электронное издание)

2. Романов, А. А.; Рекламные и PR-технологии масс-медиа : учебно-методический комплекс.; Евразийский открытый институт, Москва; 2010; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90761> (Электронное издание)
3. Шустрова, О. И.; Пространство медиа искусства : монография.; Алетейя, Санкт-Петербург; 2013; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=138939> (Электронное издание)
4. ; Современное коммуникативное пространство журналистской науки, практики и образования: контуры и реальность новых медиа: сборник научных статей : сборник научных трудов.; Казанский федеральный университет (КФУ), Казань; 2014; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276242> (Электронное издание)
5. Вирен, Г., Г.; Современные медиа: приемы информационных войн : учебное пособие.; Аспект Пресс, Москва; 2017; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457409> (Электронное издание)
6. Кирия, И. В.; История и теория медиа: учебник для вузов : учебник.; Издательский дом Высшей школы экономики, Москва; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753> (Электронное издание)
7. Воскресенский, Ю., Ю.; Стартап в медиа: опыт создания делового радио : публицистика.; Альпина Паблишер, Москва; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570439> (Электронное издание)
8. Черкасова, В. П.; Медиа-манипулирование общественным политическим сознанием: телевидение и Интернет : монография.; Весь Мир, Москва; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574059> (Электронное издание)
9. Раш, М., М., Васильева, Е.; Новые медиа в искусстве : публицистика.; Ад Маргинем Пресс, Москва; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=594575> (Электронное издание)
10. , Выровцева, Е. В., Дускаева, Л. Р.; Личность в координатах медиа : монография.; Алетейя, Санкт-Петербург; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597910> (Электронное издание)
11. Будцов, Г. А.; Особенности функционирования социальных медиа в условиях политической нестабильности : студенческая научная работа.; б.и., Москва; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618369> (Электронное издание)
12. Васильева, , Е. А.; Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей : практическое пособие.; Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, Москва; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/83127.html> (Электронное издание)
13. Шамхалова, , С. Ш.; Теле- и радиореклама. Секреты завоевания потребителей; Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, Москва; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/83154.html> (Электронное издание)
14. Смолина, , В. А.; SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях; Инфра-Инженерия, Москва; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/86572.html> (Электронное издание)
15. Кубрак, , Т. А.; Психология кинодискурса: факторы выбора, восприятие, воздействие; Издательство «Институт психологии РАН», Москва; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/88103.html> (Электронное издание)
16. Сафонова, , Л. А.; Интернет-маркетинг : учебное пособие.; Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Новосибирск; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/90586.html> (Электронное издание)
17. Милюкова, , А. Г.; Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR. Методические материалы и кейсы : практикум.; Вузовское образование, Саратов; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/96768.html> (Электронное издание)
18. , Московская, , Н. Л., Старичкова, , В. П., Калиновская, , Е. А.; Развитие критического мышления на основе чтения текстов : учебное пособие (практикум).; Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/99461.html> (Электронное издание)
19. Ульяновский, , А. В.; Мифодизайн : учебное пособие.; Ай Пи Ар Медиа, Москва; 2021; <http://www.iprbookshop.ru/101353.html> (Электронное издание)
20. Марочкина, , С. С.; Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие.; Сочинский государственный университет, Сочи; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/106572.html> (Электронное издание)
21. Чилинбир, , Е. Ю.; Медиаанализ и медиапланирование : учебное пособие.; Ай Пи Ар Медиа, Москва; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/95334.html> (Электронное издание)
22. Богданов, , В. В.; Теория и практика связей с общественностью. Медиарилейшнз :

учебное пособие.; Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск; 2011; <http://www.iprbookshop.ru/45040.html> (Электронное издание)

23. Латынов, В. В.; Психология коммуникативного воздействия; Издательство «Институт психологии РАН», Москва; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/88403.html> (Электронное издание)

24. Нескрябина, О. Ф.; Социально-психологический анализ медиасферы : учебное пособие.; Сибирский федеральный университет, Красноярск; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/100115.html> (Электронное издание)

25. Шелонаев, С. И.; Современный менеджмент медиасистем : учебное пособие.; Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, Санкт-Петербург; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/102965.html> (Электронное издание)

Печатные издания

Производственная практика

1. , Погорелый, Ю. А.; Технология новостей от Интерфакса : [учеб. пособие для вузов по направлению 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика"].; Аспект Пресс, Москва; 2011 (40 экз.)

2. Рихтер, А. Г.; Правовые основы журналистики: Хрестоматия : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. ВПО 030600 "Журналистика" и специальности 030601 "Журналистика" для ГОС-2 и направлению подгот. ВПО 031300 "Журналистика" для ФГОС.; Изд-во Моск. гос. ун-та, Фак. журналистики, Москва; 2011 (2 экз.)

3. Ушанов, П. В.; Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учеб. пособие.; Флинта : Наука, Москва; 2009 (1 экз.)

4. , Данченко, Л. А.; Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 100700 "Торговое дело" : стандарт третьего поколения.; Питер, Москва [и др.]; 2013 (1 экз.)

5. , Майданова, Л. М.; Слово и ключевые смыслы в современных медиа-текстах; [Изд-во Урал. ун-т], Екатеринбург; 2004 (101 экз.)

6. Сиссорс, Дж. З., Сергеев, А.; Рекламное медиа-планирование; Питер, Санкт-Петербург [и др.]; 2004 (3 экз.)

7. Олешко, В. Ф.; СМИ как медиатор коммуникативно-культурной памяти; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2020 (5 экз.)

8. Нескрябина, О. Ф.; Социально-психологический анализ медиасферы : учебное пособие.; СФУ, Красноярск; 2019 (1 экз.)

9. Котлер, Ф., Виноградова, Т. В., Чех, А. А., Царук, Л. Л., Суханова, М.; Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер; Альпина Паблишер, Москва; 2021 (7 экз.)

10. Ляпунов, И. О.; Кодированный бизнес. Кодированная реклама; [б. и.], Б. м.; б. г. (1 экз.)

11. Шматов, Г. А., Попов, Е. В.; Основы экономико-математической теории медиапланирования : [монография].; ЛЕНАНД, Москва; 2019 (19 экз.)

12. Ляйнеманн, Р., Байкальцева, Е., Болдышева, А. В., Малкова, И. И.; Измерения медиарилейшнз. Как оценить вклад PR в успех компании; Вершина, Москва ; Санкт-Петербург; 2006 (1 экз.)

13. Фомичева, И. Д.; Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию : учеб. пособие по дисциплине "Социология журналистики" для студентов вузов, обучающихся по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика".; Аспект Пресс, Москва; 2004 (11 экз.)

14. Маклюэн, М., Тюрина, И. О.; Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего; Академический проект : Фонд "Мир", Москва; 2005 (2 экз.)

15. Назаров, М. М.; Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований; УРСС, Москва; 2002 (1 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Производственная практика

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. ЭБС IPR Books <https://www.iprbookshop.ru>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Производственная практика

1. ООО Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru/>
2. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>

4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИК

Таблица 5

42.04.05/33.02 Проектирование и сопровождение медиапроцессов

№ п/п	Вид практики	Оснащенность организаций, предоставляющих места практики, оборудованием и техническими средствами обучения	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1.	Производственная практика	Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Adobe Premiere Pro CS6 Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office 365 EDUA3 ShrdSvr ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Google Chrome, Mozilla Firefox